



Available at <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>  
Jurnal Akuntansi dan Pajak, 21 (2), 2021, 367-378

## Pengaruh Pemahaman, *Trust*, Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu

Hildawati<sup>1</sup>, Antong<sup>2</sup>, Abid Ramadhan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo

\*Email korespondensi: [hildawati950@gmail.com](mailto:hildawati950@gmail.com)

### Abstract

*The purpose of research is for examine in empirical influence comprehension, trust, and transparency on zakat organization to society interest pay zakat to BAZNAS LUWU area. Subject to use in the research is independent subject (comprehension, trust, and transparency on zakat organization) but dependent subject is (interest). Research do this on Luwu Area with take population muzakki from Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Research kind to use this quantitative descriptive approach with survey method. Population in research is Muzakki it has name on registered BAZNAS Luwu Area. Interpretation technic sample use Accidental sampling method is so easy sample to access. Amount determining sample use Slovin formulation. Sample amount to success process data has 68 people. Analysis data tecnic for use in research is Multiple Regresion linear with SPSS Version 23. Result from hypotheses test on research in a partial indication value t count for subject comprehension as big as -0,397. And for trust as 3,394 and for transparency on zakat organization as 4.114. so, result from t count show it in a partial subject comprehension nothinginflunceto society interest pay zakat to Baznas Luwu Area but subject trust and transparency on zakat organization has influence to society interest pay zakat to Baznass Luwu Area.*

**Keywords:** Zakat, BAZNAS, Comprehension, Trust, Transparency, Interest, Muzakki

**Saran sitasi:** Andrew, R., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Pemahaman, *Trust*, Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 21 (2), 367-378. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i2.1340>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i2.1340>

### 1. PENDAHULUAN

Agama Islam telah memberikan perhatian yang besar kepada manusia dalam hal ini mengatasi permasalahan kemiskinan, salah satunya dengan menunaikan zakat. Zakat merupakan salah satu rukun Islam dan sudah menjadi unsur pokok bagi tegaknya syariat Islam. Dengan melalui zakat, maka dapat mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi yang timbul di masyarakat. Tentu hal ini akan sedikit membantu dalam pengentasan masalah kemiskinan (Daulay dan Lubis, 2015). Disisi lain, dana zakat yang sudah terkumpul dapat menjadi sumber yang bisa dimanfaatkan dan dialokasikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Islam dan menciptakan pemerataan pendapatan (Nur dan Zulfahmi, 2018). Dari perspektif sosiologis, dana zakat akan sangat membantu orang yang menerimanya (*mustahiq*), baik secara konsumtif atau produktif. Dengan adanya zakat, maka akan dapat meminimalisir jurang pemisah

antara orang kaya dan orang miskin, sehingga akan menyebabkan tumbuhnya nilai kekeluargaan dan persaudaraan di antara kaum muslimin (Hafidhuddin, 2002).

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar dengan persentase 87% dari total populasi atau lebih dari 205 juta penduduk muslim, maka zakat sangat berpotensi dalam mengatasi kemiskinan di suatu negara (*validnews.id*, 2018). Namun demikian, kemiskinan bukanlah masalah yang mudah untuk diatasi, karena dengan hadirnya kemiskinan Allah ingin mengetahui sampai sejauh mana hamba-Nya peduli dengan mereka yang kurang mampu dalam hal ekonomi.

Menurut data pusat kajian strategis Badan Amil Zakat Nasional (2018) menyebutkan bahwa potensi zakat di Indonesia adalah sebesar Rp. 217 triliun. Namun, pada tahun 2016 dana zakat yang terhimpun masih sangat jauh dari kata cukup yaitu berjumlah Rp. 5 triliun, yang berarti jumlahnya kurang dari 2% dari

dana zakat yang diharapkan terkumpul dari masyarakat. Angka yang sangat miris sebenarnya mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim (*kompasiana.com*, 2018). Untuk dapat merealisasikan potensi zakat, maka perlu dibentuk organisasi khusus yang menangani zakat.

Nur dan Zulfahmi (2018) menyatakan bahwa untuk memfasilitasi kemudahan berzakat di Indonesia, terdapat dua lembaga pengelolaan zakat yang dipercaya dalam mengoptimalkan pengumpulan dana zakat, antara lain lembaga pemerintah yang berwenang untuk melakukan pengelolaan dan pendistribusian zakat yaitu Badan Amil Zakat dari tingkat Nasional (BAZNAS) dan ada pula lembaga non pemerintah yaitu Lembaga Amil Zakat (LAZ). Pengelolaan zakat di Indonesia telah diatur dalam UU No. 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat yang mengatur semua kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengumpulan dan pendistribusian serta pendayagunaan terhadap dana zakat. Dalam pasal 5 Undang-Undang Republik Indonesia No. 38 Tahun 1999 tertera pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama, meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial, serta meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

Dari segi ekonomi, zakat di Kabupaten Luwu memiliki potensi yang besar. Jumlah penduduknya sebanyak 395.078 jiwa (termasuk masyarakat miskin), 84% atau sekitar 337.188 di antaranya orang beragama islam (BPS, 2016). Jika 35% atau sekitar 118.015 orang membayar dan besaran zakatnya rata-rata bisa mencapai Rp. 100.000 per tahun per orang, maka dana yang terkumpul dalam setahun bisa mencapai Rp. 11.801.500.000.

**Tabel 1.1** Jumlah Penerimaan dan Pendistribusian Dana Zakat BAZNAS Kabupaten Luwu Tahun 2015-2019 (Rupiah)

No	Tahun	Penerimaan	Pendistribusian
1	2015	3.038.894.538	1.790.135.016
2	2016	3.555.625.879	2.184.513.977
3	2017	3.769.663.496	3.258.689.264
4	2018	3.090.511.663	2.970.686.227
5	2019	2.740.911.417	2.440.948.707
<b>TOTAL</b>		<b>16.195.606.993</b>	<b>12.644.973.191</b>
<b>Rata-Rata</b>		3.239.121.399	

Sumber: BAZNAS Kabupaten Luwu (2019) diolah

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa penerimaan zakat di Kabupaten Luwu dalam kurun waktu 2015-2019 sebesar Rp. 16.195.606.993 dengan rata-rata Rp. 3.239.121.399 setiap tahunnya. Sedangkan yang terdistribusi hanya berjumlah Rp. 12.644.973.191 dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan potensi zakat yang ada di Kabupaten Luwu, maka jumlah ini masih terbilang sangat kecil hanya 2% dana yang terserap dari masyarakat dan itu belum mencapai potensi yang ada. Dengan adanya kesenjangan yang sangat besar antara potensi zakat dengan dana zakat yang terhimpun maka hal tersebut menandakan bahwa BAZNAS kurang dimanfaatkan oleh masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Luwu.

Dari data diatas telah menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala dalam penghimpunan dana zakat yang bisa dibilang masih sangat jauh, antara lain pemahaman masyarakat tentang membayar zakat, bahwa zakat merupakan perintah yang tidak bisa dinegosiasikan. Akan tetapi, masyarakat umum kebanyakan memandang bahwa zakat hanyalah rutinitas tahunan yang dilakukan setiap menjelang Ramadhan akan berakhir atau yang biasa disebut dengan zakat fitrah. Kemudian, muzakki cenderung lebih memilih memberikan secara langsung zakatnya kepada mustahiq dikarenakan ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat. Faktor lainnya yang mempengaruhi masyarakat enggan membayar zakat yaitu transparansi dari lembaga zakat dalam hal ini adalah BAZNAS Kabupaten Luwu. Dimana lembaga ini harus mengupayakan informasi secara terbuka melalui penyajian laporan yang dilihat oleh para muzakki. Pentingnya pengelolaan dana zakat secara transparan sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan muzakki terhadap lembaga zakat.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mengkaji tentang pemahaman, *trust*, transparansi lembaga zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat menghasilkan beberapa temuan. Dalam penelitian Sintiani et al. (2016) menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat. Sedangkan secara parsial variabel pengetahuan tidak ada pengaruh dan variabel kepercayaan berpengaruh. Penelitian Satrio dan Siswantoro (2016) hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki berzakat melalui Lembaga Amil

Zakat. Sedangkan penelitian Hasrina et al. (2019) menunjukkan bahwa variabel transparansi lembaga zakat berpengaruh tidak signifikan terhadap tingkat kepercayaan muzakki dalam membayar zakat. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Azis dan Alfiah (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan pengetahuan zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat dan terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap minat masyarakat membayar zakat. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan masyarakat terhadap minat masyarakat membayar zakat.

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang “Pengaruh Pemahaman, *Trust*, dan Transparansi Lembaga Zakat terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu”.

Dari uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Apakah pemahaman berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu?
- Apakah *trust* berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu?
- Apakah transparansi lembaga zakat berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu?

## 2. METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei, yaitu penelitian yang berkaitan dengan angka-angka dan dapat diukur untuk melihat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* berdasarkan data yang ada dan dikombinasikan dengan analisis atau deskripsi situasi atau kejadian yang ada.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

data-data yang diperlukan. Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis memilih untuk melakukan penelitian di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang beralamat di Jln. Kompleks Perkantoran (Pemda) Kab. Luwu Belopa. Sedangkan waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini kurang lebih 2 bulan terhitung mulai Juli-September 2020.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini merupakan muzakki yang berjumlah 294 orang yang namanya sudah terdaftar di BAZNAS Kabupaten Luwu.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. Cara pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* yang merupakan prosedur sampling dengan memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau di akses (Muhamad, 2008). Teknik untuk menentukan ukuran sampel menggunakan *Slovin*. Jadi jumlah sampel yang digunakan sebanyak 75 muzakki.

**Tabel 3.1** Analisis Tingkat Pengembalian Kuesioner

	Jumlah Kuesioner	Persentase
Kuesioner yang disebar	75	100%
Kuesioner yang tidak kembali	7	9%
Kuesioner yang kembali dan dapat diolah	68	91%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 3.1 menunjukkan tingkat pengembalian kuesioner muzakki yang berzakat secara langsung maupun tidak langsung di BAZNAS Kabupaten Luwu dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 100% (75 kuesioner). Akan tetapi, ada beberapa kuesioner yang tidak kembali sebesar 9% (7 kuesioner). Jadi, kuesioner yang kembali dan dapat diolah sebesar 91% (68 kuesioner dari 75 kuesioner yang disebar) yang berarti bahwa tingkat pengembalian kuesioner tinggi.

**Tabel 3.2** Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	37	54%
Perempuan	31	46%
Jumlah	68	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa dari 68 responden, 54% atau 37 responden berjenis kelamin laki-laki dan 46% atau 31 responden berjenis kelamin perempuan. Jadi jumlah sampel terbanyak

berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah Laki-Laki.

**Tabel 3.3** Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 40	42	62%
41-50	18	26%
≥ 51	8	12%
Jumlah	68	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 3.3 menunjukkan karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan usia. Berdasarkan tabel diatas, responden dalam penelitian ini sebanyak 42 orang di bawah usia 40 tahun, terhitung 62% dari total jumlah responden. Kemudian ada 18 responden (26%) berusia 41-50 tahun. Sementara itu, terdapat 8 responden yang berusia diatas 50 tahun, terhitung 12% dari total jumlah responden.

**Tabel 3.4** Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	1	1,45%
SMU/SMK	35	51,50%
Diploma	3	4,40%
S1	28	41,20%
S2	1	1,45%
Jumlah	68	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Tabel 3.4 menunjukkan karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan. Responden yang menjadi sampel penelitian pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 1 orang atau sebesar 1,45%. Pada tingkat pendidikan SMU/SMK sebanyak 35 orang atau sebesar 51,50%. Kemudian pada tingkat pendidikan Diploma sebanyak 3 orang atau sebesar 4,40%. Kemudian pada tingkat pendidikan S1 sebanyak 28 orang atau sebesar 41,20% sedangkan pada tingkat S2 sebanyak 1 orang atau sebesar 1,45% dari total 68 responden penelitian.

#### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data primer biasanya diperoleh dengan wawancara langsung kepada subjek atau dengan mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) subjek akan menjawab pertanyaan tersebut (Purwanto, 2017).

Sumber data primer di dapat dengan melakukan observasi di kantor BAZNAS Kabupaten Luwu untuk mengambil data-data serta melakukan penyebaran

kuesioner terhadap muzakkiBAZNAS yang merupakan objek penelitian ini. Kemudian mengumpulkan berbagai informasi dari instansi atau buku-buku terkait dengan ruang lingkup penelitian, yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) serta hasil penelitian sebelumnya dan literatur yang dianggap relevan mendukung penelitian ini.

#### Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data. Adapun hal-hal yang peneliti lakukan, yaitu:

Angket (kuesioner) merupakan metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang diajukan kepada para muzakki. Kuesioner dalam penelitian ini disebarkan kepada muzakki yang aktif bayar zakat untuk diisi dan dikembalikan lagi kepada penulis.

Studi Pustaka dibuat untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam buku yang memberikan landasan bagi perumusan hipotesis, penyusunan kuesioner, dan pembahasan teoritis.

#### Instrumen Penelitian

Adapun data dikumpulkan menggunakan angket dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*.

**Tabel 3.5** Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

#### Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, digunakan software *SPSS Statistic Version 23* untuk menganalisis data penelitian yang diperoleh. Adapun pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, dan Analisis Regresi Linear Berganda.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil penelitian

##### Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengetahui tingkat valid atau sahny suatu kuesioner. Data dinyatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada signifikansi 0,05 (5%). Berikut ini adalah hasil uji validitas pada masing-masing variabel.

**Tabel 4.1** Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pemahaman (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,468	0.235	Valid
	X1.2	0,488	0.235	Valid
	X1.3	0,553	0.235	Valid
	X1.4	0,670	0.235	Valid
	X1.5	0,655	0.235	Valid
Trust (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,769	0.235	Valid
	X2.2	0,705	0.235	Valid
	X2.3	0,785	0.235	Valid
	X2.4	0,708	0.235	Valid
	X2.5	0,810	0.235	Valid
	X2.6	0,792	0.235	Valid
Transparansi Lembaga Zakat (X <sub>3</sub> )	X2.1	0,734	0.235	Valid
	X2.2	0,587	0.235	Valid
	X2.3	0,830	0.235	Valid
	X2.4	0,836	0.235	Valid
	X2.5	0,686	0.235	Valid
Minat membayar zakat (Y)	Y.1	0,806	0.235	Valid
	Y.2	0,413	0.235	Valid
	Y.3	0,762	0.235	Valid
	Y.4	0,873	0.235	Valid
	Y.5	0,889	0.235	Valid
	Y.6	0,757	0.235	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS tahun 2020

Tabel 4.1 menunjukkan validitas data dari butir-butir pernyataan pada kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian validitas diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan di dalam masing-masing variabel yang diuji dinyatakan valid.

#### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden itu stabil dari waktu ke waktu. Nilai untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60.

**Tabel 4.2** Hasil Uji Reliabilitas

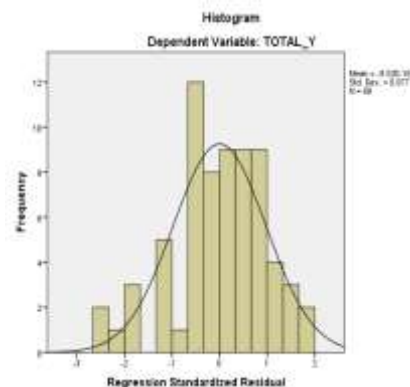
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Ket
Pemahaman (X <sub>1</sub> )	0,716	0,60	Reliabel
Trust (X <sub>2</sub> )	0,791	0,60	Reliabel
Transparansi Lembaga Zakat (X <sub>3</sub> )	0,789	0,60	Reliabel
Minat Membayar Zakat (Y)	0,789	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS tahun 2020

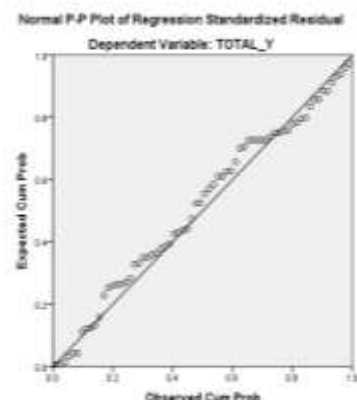
Berdasarkan tabel 4.2 diatas hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik histogram dan normal *probability plot*.

**Gambar 4.2** Histogram

Gambar 4.2 menunjukkan hasil uji normalitas dengan gambar histogram. Pada gambar diatas dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal karena bentuk kurvanya menyerupai lonceng.

**Gambar 4.3** Normal P-Plot

Gambar 4.3 menunjukkan hasil uji normalitas pada grafik normal *p-plot*. Pada gambar grafik normal *p-plot*, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonalnya. Sehingga, kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Untuk menguatkan hasil uji ini, maka peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Berikut ini hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*:

**Tabel 4.3** Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		68
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2.64917977
Most Extreme	Absolute	.087
Differences	Positive	.048
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS 23, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,087 dengan nilai signifikan pada 0,200. Nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 5% (0,05) atau  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk lebih jelasnya berikut tabel hasil uji multikolinearitas.

**Tabel 4.4** Hasil Uji Multikolinearitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
TOTAL_X1	.949	1.054
TOTAL_X2	.514	1.945
TOTAL_X3	.498	2.008

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Output SPSS 23, 2020

Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji multikolinearitas. Salah satu cara untuk melihat apakah model regresi terkena multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation*

**Tabel 4.5** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.222	2.676		1.952	.055
TOTAL_X1	-.057	.144	-.032	-.397	.692
TOTAL_X2	.377	.111	.377	3.394	.001
TOTAL_X3	.586	.142	.464	4.114	.000

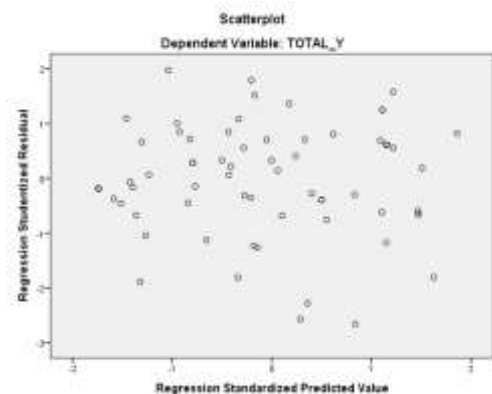
a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Output SPSS 23, 2020

*Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka dapat diartikan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Berdasarkan dari hasil uji multikolinearitas diatas bahwa nilai *tolerance* pada variabel  $X_1$  (0,949),  $X_2$  (0,514), dan  $X_3$  (0,498) lebih besar dari 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF pada variabel  $X_1$  (1,054),  $X_2$  (1,945), dan  $X_3$  (2,008) lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dinyatakan data terbebas dari multikolinearitas.

#### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4.4** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 4.3 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas. Seperti yang dapat dilihat dari *scatterplot* diatas, titik-titik tersebar secara acak pada sumbu Y dan diatas maupun dibawah angka 0. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki heteroskedastisitas, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat masyarakat membayar zakat berdasarkan masukan variabel pemahaman, *trust*, dan transparansi lembaga zakat.

#### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial maupun simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengolahan data analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficients* pada kolom *unstandardized* pada kolom B. Dalam kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta) sebesar 5,222 sedangkan nilai koefisien regresi untuk Pemahaman ( $X_1$ ) = -0,057, *Trust* ( $X_2$ ) = 0,377, dan Transparansi Lembaga Zakat ( $X_3$ ) = 0,586. Berdasarkan hasil uji diatas maka dapat dirumuskan bahwa model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini akan diinterpretasikan makna dari model persamaan tersebut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sehingga persamaan regresi menjadi :

$$Y = 5,222 - 0,057 X_1 + 0,377 X_2 + 0,586 X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (*a*) sebesar 5,222 angka tersebut menunjukkan jika  $X_1$  (Pemahaman),  $X_2$  (*Trust*), dan  $X_3$  (Transparansi Lembaga Zakat) konstan atau  $X = 0$ , maka minat masyarakat membayar zakat sebesar 5,222.
- Koefisien regresi  $X_1$  sebesar -0,057. Maksud tanda negatifnya menyatakan bahwa variabel  $X_1$  tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (*Y*). Hal tersebut menjelaskan bahwa jika Pemahaman naik satu poin maka Minat Membayar Zakat akan mengalami penurunan sebesar 0,057. Begitu juga dengan sebaliknya, apabila Pemahaman mengalami penurunan satu poin maka minat membayar zakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,057.
- Koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,377. Hal tersebut menjelaskan bahwa jika *Trust* naik satu poin maka Minat Membayar Zakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,377. Begitu pula sebaliknya, apabila *Trust* mengalami penurunan sebesar satu poin maka Minat Membayar Zakat akan mengalami penurunan sebesar 0,377.
- Koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,586. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap kenaikan variabel Transparansi Lembaga Zakat sebesar satu poin maka Minat Membayar Zakat akan mengalami kenaikan sebesar 0,586. Begitu pun sebaliknya, apabila Transparansi Lembaga Zakat mengalami penurunan sebesar satu poin maka Minat Membayar Zakat akan mengalami penurunan sebesar 0,586.

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/bebas (Pemahaman, *Trust*, dan Transparansi Lembaga Zakat) menjelaskan variabel dependen/terikat (Minat Membayar Zakat). Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.6** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 <sup>a</sup>	.594	.575	2.71056

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X3, TOTAL\_X1, TOTAL\_X2

Sumber: Output SPSS 23, 2020

Tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,594 atau 59,4%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Pemahaman ( $X_1$ ), *Trust* ( $X_2$ ), dan Transparansi lembaga Zakat ( $X_3$ ) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Minat Masyarakat Membayar Zakat (*Y*) sebesar 59,4%, sedangkan sisanya sebesar 40,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini.

#### Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Pemahaman ( $X_1$ ), *Trust* ( $X_2$ ), dan Transparansi lembaga Zakat ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat atau Minat Membayar Zakat (*Y*).

**Tabel 4.7** Hasil Uji Parsial (t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5.222	2.676		1.952	.055
1 TOTAL_X1	-.057	.144	-.032	-.397	.692
TOTAL_X2	.377	.111	.377	3.394	.001
TOTAL_X3	.586	.142	.464	4.114	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Output SPSS 23, 2020



Berdasarkan tabel 4.7 diatas maka hasil pengujian variabel bebas dijabarkan sebagai berikut:

- a. Variabel pemahaman ( $X_1$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,397 < 1,99394$ ) atau  $sig > \alpha$  ( $0,692 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa pemahaman tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS.
- b. Variabel *Trust* ( $X_2$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,394 > 1,99394$ ) atau  $sig < \alpha$  ( $0,001 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *trust* berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS.
- c. Variabel Transparansi Lembaga Zakat ( $X_3$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,114 > 1,99394$ ) atau  $sig < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi lembaga zakat berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS.

### 3.2. Pembahasan

Berikut ini adalah hasil pembahasan Pemahaman ( $X_1$ ), *Trust* ( $X_2$ ), dan Transparansi Lembaga Zakat ( $X_3$ ) terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat ( $Y$ ) pada BAZNAS Kabupaten Luwu.

- a. Pengaruh pemahaman terhadap minat masyarakat membayar zakat

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pemahaman ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat ( $Y$ ) pada BAZNAS Kabupaten Luwu. Temuan ini membuktikan bahwa meskipun muzakki paham akan pentingnya membayar zakat itu tidak berarti meningkatkan minat masyarakat membayar zakat pada Badan Amil Zakat Nasional. Hal ini mungkin saja disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya jarak dari rumah ke kantor BAZNAS cukup jauh sehingga muzakki lebih memilih untuk menyalurkan zakatnya di tempat terdekat seperti masjid, muzakki yang ingin menyalurkan langsung zakatnya kepada mustahiq, dan kebutuhan administrasi yang lumayan banyak ketika harus menyalurkan ke BAZNAS.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan Teori Perilaku Beralasan yang dicetuskan oleh Martin Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Jogiyanto (2007) yang menjelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor, yaitu sikap dan norma subyektif. Dengan kata lain, sikap dan norma subyektif dalam

penelitian ini adalah pemahaman dalam berzakat yang menjelaskan bahwa setiap orang memiliki pemahaman yang berbeda-beda yang dapat menuntunnya untuk berperilaku, sehingga akan mempengaruhi minat individu dalam pengambilan sebuah keputusan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Aziz dan Alfiah (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan pengetahuan zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Kuningan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sintiani et al. (2016) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Sinergi Foundation Kota Bandung. Hal ini sangat berbeda dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghofiqi (2018) menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan yang berlaku berpengaruh secara signifikan terhadap muzakki membayar dandidak membayar zakat pada lazismu Kabupaten Jember. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyana et al. (2019) menunjukkan bahwa pemahaman berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat membayar zakat profesi oleh muzakki pada Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Kaltim Kota Balikpapan. Kemudian penelitian yang dilakukan Jayanto et al. (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan tentang zakat memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap motivasi muzakki membayar zakat di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang. Sedangkan penelitian (Fathuddin, 2019) menyimpulkan bahwa secara parsial pemahaman berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan zakat hasil pertanian.

- b. Pengaruh *trust* terhadap minat masyarakat membayar zakat

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial *trust* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat ( $Y$ ) pada BAZNAS Kabupaten Luwu. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kepercayaan mengalami peningkatan maka minat membayar zakat pada BAZNAS juga akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kepercayaan Konsumen menurut Kreitner dan Knicki (2007) dalam Assaggaf (2016)



menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak lainnya. Sedangkan menurut Poppers dan Rogers (2004) dalam Assaggaf (2016) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan kualitas yang mencerminkan baiknya hubungan seseorang dengan pihak lain. Dengan kata lain, kepercayaan konsumen dalam penelitian ini adalah kepercayaan muzakki untuk memutuskan membayar zakat melalui Badan Amil Zakat Nasional. Hal ini dapat dilihat dari kinerja pihak BAZNAS dalam meyakinkan masyarakat tentang kegiatan mereka sebagai pengelola zakat, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa BAZNAS sebagai lembaga resmi dalam menyalurkan dana zakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Satrio dan Siswantoro (2016) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat muzakki berzakat melalui Lembaga Amil Zakat. Penelitian Sintiani et al.(2016) menyimpulkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat di Sinergi Foundation Kota Bandung. Penelitian Nur dan Zulfahmi (2018) menyimpulkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat *muzakki* membayar zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. Penelitian Yunus (2016) menunjukkan bahwa secara parsial faktor kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mengeluarkan zakat di Baitul Mal. Penelitian Jayanto et al. (2019) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi. Sedangkan hasil penelitian Mulyana et al. (2019) ditemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi oleh muzakki. Hasil penelitian dari Aziz dan Alfiah (2018) menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh signifikan kepercayaan masyarakat terhadap minat membayar zakat di BAZNAS Kabupaten Kuningan.

c. Pengaruh transparansi lembaga zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial transparansi lembaga zakat ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat ( $Y$ ) pada BAZNAS Kabupaten Luwu. Apabila transparansi lembaga zakat mengalami peningkatan maka minat membayar zakat pada BAZNAS juga akan mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa BAZNAS Kabupaten Luwu terbuka dalam menyampaikan informasi kepada muzakki mengenai pengelolaan dana zakat dan segala bentuk informasi mengenai aktivitas utama yang dilakukan oleh BAZNAS diungkapkan secara jujur dan lengkap, sehingga hal tersebut menjadi bukti bahwa BAZNAS Kabupaten Luwu telah menjalankan prinsip transparansi lembaga dengan baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asminar (2017) menyimpulkan bahwa transparansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat. Sedangkan hasil penelitian Inayah dan Muanisah (2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel transparansi terhadap loyalitas muzakki pada Badan Amil Zakat. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al. (2019) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa transparansi lembaga zakat memiliki pengaruh yang signifikan pada tingkat kepercayaan muzakki. Sedangkan hasil penelitian Jayanto et al.(2019)menunjukkan bahwa variabel transparansi laporan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar zakat profesi. Penelitian juga dilakukan oleh Nofitasari (2020) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi laporan keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan muzakki pada Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Nahdatul Ulama Provinsi Lampung. Kemudian penelitian juga dilakukan oleh Harahap (2019) menunjukkan hasil bahwa secara parsial transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat muzakki pada BAZNAS Provinsi Sumatera Utara. Sedangkan hasil penelitian dari Yuliafitri dan Khoiriyah (2016) menunjukkan bahwa variabel transparansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas muzakki.

#### 4. KESIMPULAN

Setelah melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh pemahaman, *trust*, dan transparansi lembaga zakat terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu dengan menggunakan SPSS versi 23, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Pemahaman secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu.
- Trust* secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten luwu.
- Transparansi lembaga zakat secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat pada BAZNAS Kabupaten Luwu.

#### 5. REFERENSI

- Aziz, A. dan Alfiah, S. R. 2018. Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional(BAZNAS)Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 1 (1).
- Asminar. 2017. Pengaruh Pemahaman, Transparansi Dan Peran Pemerintah Terhadap Motivasi Dan Keputusan Membayar Zakat Pada BAZNAS Kota Binjai. *At-Tawassuth*3(3): 260-281.
- Assaggaf, M. A. 2016. Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat (Studi Pada BAZNAS Kota Makassar Ruang Lingkup UPZ Kantor Kementerian Agama Kota Makassar). *Skripsi*. Universitas Islam Alauddin. Makassar.
- Daulay, A. H. dan Lubis, I. 2015. Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keengganan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Instansi Bazis/Laz Di Kota Medan (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Medan Tembung ). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*3 (4): 241–251.
- Fathuddin. 2018. Pengaruh Pemahaman Dan Kesadaran Muzakki Terhadap Kepatuhan Membayar Zakat Pertanian Dengan Penguatan Pendapatan Pertanian (Studi Pada Masyarakat Kec Mapilli Kab Polman).*Skripsi*. Universitas Islam Alauddin. Makassar.
- Ghofiqi, M. A. Al. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Muzaki Membayar Dan Tidak Membayar Zakat Pada Lazismu Kabupaten Jember. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*3 (1): 1–14.

- Hasrina, C. D., Yusri, Y., dan Sy, D. R. A. S. 2018. Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 2 (1): 1–9.
- Hasmianti. 2018. Analisis Akuntabilitas dan Pendayagunaan Dana Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah. Palopo.
- Harahap, K. R. 2019. Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki (Studi Kasus: Baznas Provinsi Sumatera Utara). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Ikhwandha, M. F. 2018. Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Efektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Inayah, N. dan Muanisah, Z. 2018. Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat (Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi). *Jurnal Ekonomi Syariah*1 (2): 17–33.
- Jayanto, P. Y., dan Munawaroh, S. 2019. The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi* 11 (1): 59–69.
- Kamaruddin, A. M., Hasid, H. Z., dan Yuningsih, H. I. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berzakat Profesi dan Loyalitas Muzakki terhadap LAZ Rumah Zakat Kota Samarinda. *Jurnal Eksekutif*12 (2): 284–299.
- Larasati, S. A. E. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Sisumut). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Mulyana, A., Mintarti, S., dan Wahyuni, S. 2019. Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Serta Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Oleh Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Kaltim Kota Balikpapan 3 (4).

- Nofitasari, R. F. 2020. Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Laporan Keuangan Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Nahdatul Ulama Provinsi Lampung. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung.
- Nugroho, A. S., dan Nurkhin, A. 2018. Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal* 8(3): 955–966.
- Nur, M. M., dan Zulfahmi. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 1 (3): 19–29.
- Pangestu, I., dan Jayanto, P. Y. 2017. Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City. *Accounting Analysis Journal* 6 (1): 90–99.
- Pospos, A. F. F. 2018. Pengaruh Tingkat Pendapatan, Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengusaha Warung Kopi Membayar Zakat Di Baitul Maal Kota Langsa. *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 4 (2): 155–168.
- Rahayu, S. B., Widodo, S., dan Binawati, E. 2019. Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Muzakki (Studi Kasus pada Lembaga Amil Zakat Masjid Jogokariyan Yogyakarta). *Journal of Business and Information Systems* 1 (2): 103–114.
- Sariningsih, D (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Zakat, Religiusitas, Dan Motivasi Membayar Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus ASN Di Kabupaten Semarang). *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Salatiga.
- Satrio, E., dan Siswanto, D. 2016. Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX Lampung* 1 (4): 308–315.
- Sintiani, T., Nurhasanah, N., dan Nurdin, N. 2016. Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Sinergi Foundation Kota Bandung. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 3 (1): 300–305.
- Yuliafitri, I., dan Khoiriyah, A. N. 2016. Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi Dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada Laz Rumah Zakat). *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* 7 (2): 205–218.
- Yunus, M. 2016. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas Dan Kontribusi Terhadap Minat Pedagang Mengeluarkan Zakat Di Baitul Mal (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Los Lhokseumawe). *Tesis*. Program Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.

#### Buku dan Artikel

- Ali, M. D. 2006. *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*. Cetakan Pertama. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Arif, A. 2018, Problematika Zakat di Indonesia, <https://kompasiana.com>, 1 November 2019 (14.20)
- Hafidhuddin, D. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Cetakan Pertama. Gema Insani. Jakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilaku*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 109 (Revisi 2010). *Akuntansi Zakat dan infaq/Sedekah*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan-Ikatan Akuntan Indonesia. Jakarta.
- Purwanto, S. 2017. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rahman. W. M. 2018, Potensi Zakat di Indonesia, <https://www.validnews.id>, 1 November 2019 (14.42)
- Sholahudin, A. 2017, Mengapa Pengelolaan Zakat di Indonesia Masih Belum Efektif, <https://www.kompasiana.com>, 1 November 2019 (17.55)
- Soemitra, A. 2009. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 *Tentang Pengelolaan Zakat*. 23 September 1999. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 3885. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2001 Keputusan Presiden (KEPPRES) *Tentang Badan Amil Zakat Nasional*. 17 Januari 2001. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 *Tentang Pengelolaan Zakat*. 25 November 2011. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 5255. Jakarta.